

浅析电子商务的应用对外贸企业的影响电子商务师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_B5_85_E6_9E_90_E7_94_B5_E5_c40_645085.htm 经济全球化、信息技术的迅猛发展以及电子商务的广泛应用，使外贸企业的国际竞争日趋激烈。我国外贸企业要生存与发展，必须发展电子商务。在信息化、网络化的浪潮推动下，作为信息技术在贸易领域的积极应用，电子商务的规模和范围急剧扩大，其影响正不断渗透和扩散到各个产业领域和社会层面，国际贸易领域更是深受影响。

一、电子商务及其在外贸企业中的应用

国际商会对电子商务(E-Commerce)的定义是最具权威的，即电子商务是指对整个贸易活动实现电子化。其外延方面可以定义为：交易各方以电子交易方式而不是通过当面交换和直接面谈方式进行的任何形式的商业交易。它的商务活动包括：信息交换、售前售后服务、销售、电子支付、运输、组建虚拟联盟企业、公司和贸易伙伴可以共同拥有和运营共享的商业方法等。电子商务是国际贸易发展的必然,以其交易便捷、成本低廉、速度快捷等优势显示出巨大的生命力和广阔的发展前景，已经被越来越多的企业所接受。外贸企业参与电子商务的比例增长很快。根据2003年广交会上的调查，80%的企业自己开展电子商务或者参与第三方电子商务，模式主要为B2B，比前几年有较大增长。但总体来说，目前我国外贸企业开展电子商务的实际效果和进程还不甚理想。尽管少数大型外贸企业的电子商务应用已取得突出进展，但一些中小型外贸企业开展缓慢，仅停留在肤浅表面的层次上。多数外贸企业电子商务主要以信息交流为主，网络交易为辅。其企业

网站主要用于发布商品和服务信息，网页的更新速度较慢，开展商务洽谈、合同签订、网上结算等较深层次电子商务应用的不多，电子商务还没有成为企业营销的必要手段。

二、电子商务时代外贸企业竞争的新特点

随着电子商务的发展，外贸企业的竞争环境发生新的变化。信息成为企业最重要的资源，信息要素成为劳动力、资金、技术三大传统生产要素之外的至关重要的新的竞争要素。外贸企业如能在信息竞争上取得优势，则会提高其获得市场份额和争夺利润的核心能力。企业对市场的快速反应成为新的竞争规则，速度已成为企业赢得竞争的关键。另外，电子商务环境催生了“虚拟联盟企业”，并迅速成为新的国际贸易经营主体。其出现促使外贸企业之间的竞争模式由单个企业的竞争转变为基于整个供应链的竞争，电子化成为竞争的主要手段，竞争方式也转向更深层次的合作式竞争，即为竞争而合作。

三、应用电子商务对外贸企业的影响

电子商务的使用提升了我国外贸企业的信息竞争优势，一定程度上解决了信息不对称性和信息的不确定性，具体表现在以下几个方面：

1. 创造更多贸易机会。

在传统贸易方式下，无论是买方还是卖方，为了寻找合适的贸易伙伴，必须付出极高的代价。而电子商务所具有的开放性和全球性的特点，为外贸企业创造了更多的贸易机会，既可以节省大量的人力、物力的投入，而且还不受时间、地点的限制。电子商务拥有无地域界限的全球市场，商品信息更加透明。一方面，外贸企业可以通过建立自己的网站或借助有关国际贸易电子商务平台，构筑覆盖全球的商业营销网，向全球范围内的潜在客户提供有关产品和服务的供求信息，从而获得全球性、无时限的商务空间；另一方面，外贸企

业可以主动上网搜索各种经贸信息，寻找到理想的贸易伙伴。

2.显著降低交易成本。与国内贸易相比，国际贸易的单证数量繁多，处理费用高昂。在传统的国际贸易业务中，因为大量的中间商的参与，国外进口商的进货价往往是国内生产企业交货价的5倍~10倍。通过电子商务进行国际贸易，既可节省90%左右的文件处理费用，又可缩短交单、结算、汇款的时间，加快资金周转，还可节省利息开支。另外通过网上交易，还能减少大量的中间环节，使买卖双方通过网络就可直接进行商务活动，交易费用明显下降，成本优势十分显著。现在有不少国际贸易电子商务平台直接把中国的生产或出口企业和国外的进口商的供求信息整合在网上，让他们在网上直接交易，由于减少了中间环节，中国的出口企业和国外的进口商都得到了实惠。

3.大大提高交易效率。在传统的国际贸易中，全部程序包括签约、洽谈、报关、租船订仓、保险以及支付结算等都必须由人工参与，交易效率低，错误发生率高，受时间的局限性大。而利用电子商务开展国际贸易，买卖双方可采用标准化、电子化的格式合同、提单、保险凭证、发票和汇票、信用证等，使各种相关单证在网上即可实现瞬间传递，不受时间限制，大大节省了单证的传输时间。除此之外，还能有效地减少因纸面单证中数据人工重复录入导致的各种错误，明显提高了交易效率和业务处理的灵活性，为客户带来更多的便利。

4.改变传统的经营管理方式。传统贸易的运作格局以单向物流为主，而电子商务实现了以物流为依据，信息流为核心，商流为主体的全新战略。即在计算机网络上提供进出口代理报关、商检、仓储运输等为内容的物流作为整套服务体系的载体，向网络成员提供商贸信

息咨询、进口产品的保税展示和仓储、广告宣传等服务，在世界各地建立代理销售网络，为生产商与外贸企业创造商机，并提供成交后的服务。这种经营战略，把代理、展销等多种传统贸易方式融为一体，把进出口货物所需的主要流程如市场调研、国际营销、仓储报关、商检等引入计算机网络中，提供全方位、多层次、多角度的互动式的商贸服务，不仅解除了传统贸易活动中的物质、时间、空间对交易双方的限制，还促进了国际贸易的深化发展。信息的有效利用已成为新经济模式中外贸企业增强竞争力的重要手段，我国外贸企业应抓住电子商务发展带来的商机，积极调整对策，提高其竞争优势。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com